

**PROPUESTA PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DISMEL
LTDA.**

**EDWIN MACKEY SUAREZ PINTO
SARELDA DEL CARMEN RICARDO
CARLOS GABRIEL SANCHEZ
YASIRA CUDRIS NARVAEZ
MARISOL ESCOBAR**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONOMICAS Y DE
NEGOCIOS-ECACEN
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATEGICA Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MAYO DE 2018**

**PROPUESTA PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DISMEL
LTDA.**

ELABORADO POR:

EDWIN MACKEY SUAREZ PINTO (CÓD. 1.030.623.192)

SARELDA DEL CARMEN RICARDO (CÓD. 45.462.841)

CARLOS GABRIEL SANCHEZ (CÓD. 5.092.521)

YASIRA CUDRIS NARVAEZ (CÓD. 1.064.112.049)

MARISOL ESCOBAR (CÓD. 1.020.413.027)

FAIBER ALEXIS BENAVIDES

Tutor

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONOMICAS Y DE
NEGOCIOS-ECACEN
DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATEGICA Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MAYO DE 2018**

Tabla de contenido

	Pag.
Lista de graficas	4
Lista de tablas	5
Resumen / Abstract	6
Introducción	8
1. Objetivos	-
1.1. Objetivo general y específicos	9
2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Dismel Ltda.	-
2.1. Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores)	10
2.2. Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial	16
3. Código de Conducta Dismel Ltda.	-
3.1. Modelo gerencial las 5 fuerzas de Porter.	17
3.2. Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta.	18
3.3. Código de conducta Dismel Ltda.	19
4. Stakeholders	-
4.1. Descripción de los Stakeholders	33
5. Plan de responsabilidad social empresarial	-
5.1. Modelo de informe de gestión recomendado	44
Conclusiones	45
Referencias	46
Anexo	51

Lista de tablas

	Pag.
Tabla 1. Evaluación de desempeño empresa Dismel Ltda.	15
Tabla 2. Recursos financieros.	32
Tabla 3. Plan de responsabilidad social empresarial empresa Dismel Ltda.	36
Tabla 4. Plan de Comunicaciones Dismel Ltda.	42

Lista de graficas

	Pag.
Figura 1. Mapa genérico de Stakeholders Dismel Ltda.	33
Figura 2. Matriz de relaciones Dismel Ltda.	34

Resumen

Uno de los aspectos centrales de la gerencia estratégica es el relacionado con el plan de responsabilidad social empresarial, a partir de la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales generados por las empresas, que incluya diferentes estrategias de solución o mitigación de estos, que al ser adoptado aportará valor a la organización. Para ello es necesario la aplicación de herramientas y conceptos básicos sobre responsabilidad social empresarial proponiendo estrategias y metodologías que permitan la incorporación de esta en la toma de decisiones con alcance social, político y ambiental necesarios para la construcción futura de la sostenibilidad global.

Para dar cumplimiento a los elementos mencionados anteriormente se toma como empresa de estudio a Dismel Ltda., una compañía cartagenera cuya actividad comercial está relacionada con la venta de bebidas alcohólicas y en donde la responsabilidad social empresarial es mayor.

Palabras Claves: Gerencia, Estrategia, Responsabilidad Social, Sostenibilidad y Stakeholder.

Abstract

One of the most important aspects about strategic manage is related with the corporate social responsibility plan, beginning to identification of economic, social and environment impact generated by companies, that included differents strategies to give solution or avoid risk, and when be implemented will bring value to the company. To do that it is necessary the use of tools and basic concepts about corporate social responsibility, suggest strategies and methodology to allow the incorporation of this when take decisions with social, political and environmental impact necessarys for the future construction of global sustainability.

To achieve the goals mentioned before, we will analized Dismel Ltda, Company which sell alcoholic drinks and where the social responsibility is greater.

Keywords: Management, Strategy, Social responsibility, Sustainability and Stakeholder.

Introducción

Con el desarrollo de las actividades que daremos lugar, se estudiaron diferentes contextos entre ellos el económicos, sociales y ambientales dando lugar a un diagnostico empresarial realizado a Dismel Ltda., pues con estos se hará posible establecer la existencia de pertinencia y virtud de la problemática detectada por el grupo colaborativo, la cual atiende específicamente la problemática social presente en dicha empresa y que afecta directamente a la comunidad Cartagenera, ámbito sobre el que se desarrollan acciones puntuales para su respectiva profundización, pues se hace necesario el reconocimiento de las particularidades que en derredor del contexto existe, dado que de estas de forma siguiente se fundan razonamientos que dilucidaran el escenario referente.

En correspondencia con los postulados anteriormente expuestos, de estos es posible percatar la buena forma en la que se allana el camino para la construcción de un plan de responsabilidad social empresarial que cumpla a todas las características, estándares y requisitos a los que deben garantizarse la planeación de diferentes estrategias de solución o mitigación de estos, que al ser adoptados aportaran valor a la empresa.

De igual forma en el presente trabajo, podrá encontrar todo lo relacionado con el direccionamiento estratégico de la empresa Dismel Ltda., así como también, código de conducta que se plantea para que se implemente en la empresa en mención y se plantea un plan de responsabilidad social, con base en los stakeholders, que intervienen tanto directa como indirectamente con Dismel Ltda.

Objetivo general

Elaborar un plan de responsabilidad social empresarial para Dismel Ltda., a partir de la identificación de los impactos económicos, sociales y ambientales generados por las empresas, que incluya diferentes estrategias de solución o mitigación de estos, que al ser adoptado aportará valor a la organización.

Objetivos específicos

- ✓ Evaluar el desempeño económico, social y ambiental de la organización u empresa seleccionada.
- ✓ Diseñar un código de conducta con el fin de ser implementado en Dismel Ltda.
- ✓ Definir los recursos financieros, así como también las decisiones de inversión objeto del código de conducta.
- ✓ Aplica las herramientas y conceptos básicos sobre responsabilidad social empresarial proponiendo estrategias y metodologías que permitan la incorporación de esta en la toma de decisiones con alcance social, político y ambiental necesarios para la construcción futura de la sostenibilidad global.

2. Propuesta Plan de Responsabilidad Social Empresarial Dismel Ltda.

2.1. Direccionamiento estratégico (Misión, Visión, Valores)



Fig. 1. Logo Dismel.

Dismel Ltda., es una empresa de capital 100% colombiano que nació del interés de un grupo familiar hace más de 30 años, con el objetivo fundamental de atender el mercado con productos de alta calidad en una ciudad como Cartagena. Enfocados en la comercialización de productos dirigidos al mercado de consumo masivo e institucional en la ciudad que vislumbra por su importancia turística, industrial y portuaria, contando con los conocimientos y el apoyo de un equipo de trabajo especializado para ofrecer el portafolio de productos y convertirse en el mejor proveedor por calidad, servicio y cumplimiento.

Quienes somos

Dismel Ltda. es una sociedad de capital 100% privado, dedicada a la compra y venta de artículos de higiene, menaje, alimentos, licores y otros. Nuestro territorio de ventas es el Departamento de Bolívar, de igual forma contamos con distribuidores aliados con los cuales atendemos otros departamentos del territorio nacional.

Misión

Proveemos a nuestros clientes formulas (productos y servicios) para lograr el éxito en sus negocios.

Visión

Para el año 2020 Dismel Ltda. será la comercializadora líder en el mercado, diseñando e implementando estrategias de negocios que nos permitan ser identificados como los mejores aliados para nuestros clientes y proveedores obteniendo la gran imagen de la excelencia.

Objetivos estratégicos

- ✓ Consolidar a Dismel Ltda. como una organización eficiente y ordenada, con orientación al cliente a través de recursos humanos adecuados, procesos ágiles y un enfoque hacia la comercialización e innovación.
- ✓ Abrir e inaugurar nuevas sucursales en los principales departamentos de la Costa para el 2017.

Principios y valores

Los principios y valores que forjan el espíritu de todos y cada uno de los integrantes en sus diferentes órdenes jerárquicos de la empresa representan las convicciones morales que nuestro personal requiere para cumplir sus deberes con eficacia y eficiencia.

a) Principios:

- ✓ *La transparencia y efectividad en todos sus actos.* El profesionalismo, honestidad y dedicación en las tareas asignadas, permite elevar el desempeño y la obtención de resultados efectivos; liderar a través de la aplicación de conceptos gerenciales y de comandos modernos, con el propósito de realizar nuestra gestión de forma objetiva, clara y verificable.

- ✓ *La unión y cambio.* Debe existir en toda la organización, para trabajar de manera conjunta con el aporte de todos los que intervienen en los diferentes procesos de la distribuidora buscamos el logro de los objetivos organizacionales.
- ✓ *La búsqueda de cooperación e integración institucional.* Optimizar y complementar los servicios, la información, las mejores prácticas, articular esfuerzos para garantizar efectividad y oportunidad en los resultados.

b) Valores:

- ✓ *Responsabilidad.* Asumir y aceptar las consecuencias de nuestros actos libres y consientes.
- ✓ *Honestidad.* Actuar con rectitud, sinceridad, transparencia y legalidad.
- ✓ *Solidaridad.* Responder con acciones humanistas ante situaciones que pongan en peligro la vida, la paz, el orden y la seguridad de los colombianos, fomentando la cooperación ciudadana.
- ✓ *Compromiso.* Conocer y cumplir con empeño, profesionalismo y sentido de pertenencia los deberes y obligaciones.
- ✓ *Respeto.* Tratar a los demás con deferencia y consideración y reconocer su dignidad, creencias, tradiciones, costumbres y derechos.
- ✓ *Servicio.* Satisfacer las necesidades de la comunidad en los fines que la Constitución y la ley nos han confiado.
- ✓ *Disciplina.* Cumplir las normas establecidas y reconocer la autoridad.

Políticas de calidad

El conjunto de actividades que se desarrollan en Dismel Ltda. van encaminadas a obtener los siguientes objetivos:

- ✓ Satisfacer las necesidades de nuestros clientes, intentando lograr la fidelización de los mismos.
- ✓ Mejora continua en todas las áreas de servicio.
- ✓ Implicación de todo el personal, aportando y recibiendo la información, formación y motivación adecuadas para asegurar y mejorar el nivel de servicio prestado.
- ✓ Fomentar la autosuficiencia y autonomía de cada área de servicio.
- ✓ Formar una organización capaz de adaptarse a las necesidades de los clientes, desarrollando un servicio de calidad orientado a la excelencia del mismo, teniendo siempre como premisa el respeto y el cumplimiento de la legislación vigente.
- ✓ Respeto por el medio ambiente, orientando todas las actividades a reducir el impacto negativo sobre el mismo.

Desempeño económico

Dismel Ltda., está generando utilidades, pero no las esperadas, partiendo de la utilidad operacional la cual para el 2014 es del (67%) al 2015 un (63%), se evidencia un decrecimiento del 4%, pese a que no es un porcentaje negativo es un resultado que genera pérdidas y es originado por el aumento de los costos de ventas en especial por materia prima, así como los gastos de venta para el año 2015. De igual forma el incremento en la tasa de cambio, el ajuste de los salarios y la mayor depreciación por el montaje de equipos nuevos han afectado negativamente la utilidad operacional de la empresa, así como también los precios que no se

están ajustando correctamente y por ende no se están controlando los costos de producción.

Desempeño social

En Dismel Ltda., la cultura constituye un nexo de unión. La cultura se basa en tres valores: espíritu emprendedor, confianza mutua y sentido de la ética. Dichos valores son promovidos por una política de gestión de Recursos Humanos que favorece el sentido del liderazgo, la movilidad y la diversidad. Esa cultura corporativa, entendida como una auténtica ventaja competitiva, se manifiesta en una actitud cordial, sencilla y directa. Cerca de 68 colaboradores del Grupo la comparten a diario y la aplican entre ellos, así como en sus relaciones con los consumidores y los proveedores.

Desempeño político y legal

Política de tratamiento de datos personales. Dismel Ltda. Es una empresa comprometida sinceramente con su privacidad. Queremos que se sienta seguro y cómodo al usar nuestros sitios web para acceder a nuestros contenidos, catálogos, ventas y promociones. Tomamos muy en serio la privacidad de su información, y estamos comprometidos con la protección de la integridad, seguridad y confidencialidad de toda la información que pueda asociarse o relacionarse con usted y a los cuales tenemos acceso en virtud de nuestra relación comercial.

Dismel te invita a disfrutar la vida con responsabilidad. Prohíbese el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad. El exceso de alcohol es perjudicial para la salud Ley 30 de 1986 - Prohíbese el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad. Ley 124 de 1994.

2.2. Formato de evaluación del desempeño Dismel Ltda.

A continuación, en la Tabla 1, se va a evaluar el desempeño económico, social y ambiental de Dismel Ltda., con el fin de brindar un panorama del entorno tanto interno como externo, en las dimensiones anteriormente mencionadas.

Tabla 1.

Evaluación de desempeño empresa Dismel Ltda.

	Problema	Impacto	Prioridad de atención
Económico	<i>Interno:</i> Dismel Ltda., está generando utilidades, pero no las esperadas, partiendo de la utilidad operacional la cual para el 2014 es del (67%) al 2015 un (63%), se evidencia un decrecimiento del 4%, pese a que no es un porcentaje negativo es un resultado que genera pérdidas y es originado por el aumento de los costos de ventas en especial por materia prima, así como los gastos de venta para el año 2015.	Negativo	Media
	<i>Externo:</i> El incremento en la tasa de cambio, el ajuste de los salarios y la mayor depreciación por el montaje de equipos nuevos han afectado negativamente la utilidad operacional de la empresa, así como también los precios que no se están ajustando correctamente y por ende no se están controlando los costos de producción.		
Social	<i>Interno:</i> Sus operaciones bajaron en el año 2015 lo cual hizo que sus propietarios crearan un área de quejas y reclamos, con esa área sus propietarios se dieron cuentas que los clientes estaban siendo mal atendidos y buscaron la forma de capacitar a sus empleados y así se vio un cambio en su atención.	Negativo	Alta
	<i>Externo:</i> Los usuarios se presentan inconformes, con los tiempos de entrega de la mercancía, por lo cual muchos de ellos han desistido de los servicios de Dismel Ltda.		

Ambiental	<p><i>Interno:</i> Debido a que Dismel Ltda. es una empresa dedicada a la compra y venta de licores, por ende, no produce sus licores, no genera residuos tóxicos o que alteren al medio ambiente, luego entonces no está generando un impacto directo en el medio ambiente, pero si genera un impacto indirecto, puesto que los consumidores son quienes generan residuos, acumulando grandes cantidades de basura.</p> <p><i>Externo:</i> Falta de concientización ciudadana, puesto que es una problemática que repercute tanto directa como indirectamente a todo ser vivo dentro del entorno en el que se desenvuelve, de igual forma se evidencia una falta de control por parte de las autoridades competentes.</p>	<p>Media</p> <p>Negativo</p>
Fuente: Elaboración propia.		

2.3. Justificación del Plan de Responsabilidad Empresarial

Mediante un debate, llegamos a la conclusión que la empresa Dismel Ltda. es la empresa seleccionada para trabajar en las siguientes fases por ser una organización con un renglón estratégico en el sector de los licores, teniendo en cuenta que este sector es cada vez más grande y van apareciendo nuevos productos que poco a poco cubren las demandas de los consumidores y uno de esos factores es el hábito del consumo de las bebidas alcohólicas donde generan una experiencia ligado a un consumo responsable.

Es muy importante tener en cuenta los objetivos estratégicos de la distribuidora, su dedicación y esfuerzo para cumplirlos, el volumen de consumo de algunas marcas específicas, además de clases, sabores, formas, presentaciones, observando la calidad del producto lo cual hace que su consumo sea más fuerte y se poseione en altos niveles, estos factores hacen que el consumo de las bebidas alcohólicas permita un análisis profundo del mercado del Departamento de Bolívar.

Los diferentes lugares en los cuales son consumidas las bebidas alcohólicas comercializadas por Dismel Ltda. son: tiendas, bares, discotecas restaurantes entre otros y donde

la competencia cada vez se hace más fuerte; entre los competidores tenemos a Dislicores, Meico y Marpico, con esto podemos decir que el mercado sigue demandando nuevas necesidades y estilos de vida que va acorde a una sociedad moderna y exigente como lo es el consumo de licores.

3. Código de Conducta Dismel Ltda.

3.1. Modelo gerencial las 5 fuerzas de Porter.

Modelo de Competitividad de Michel Porter, con el Diamante y las 5 fuerzas en el modelo de Porter

Son el poder de negociación de los compradores y proveedores, la amenaza de nuevos competidores, la amenaza de productos sustitutos y la rivalidad de la industria. El modelo del diamante de Porter tiene cuatro determinantes de la ventaja competitiva: las condiciones de la demanda, las condiciones de los factores, la presencia de industrias de apoyo y las estrategias de la empresa. Las condiciones de los factores se refieren a los recursos de un país, como el trabajo y los recursos naturales¹.

El poder de negociación de los compradores y los proveedores afecta la capacidad de una pequeña empresa de aumentar los precios y administrar los costos, respectivamente. Por ejemplo, si el mismo producto está disponible de varios proveedores, entonces los compradores tienen poder de negociación sobre cada proveedor. Sin embargo, si sólo hay un proveedor de un componente determinado, entonces dicho proveedor tiene el poder de negociación sobre sus clientes. Las barreras de entrada bajas atraen nueva competencia, mientras que las barreras de

¹ Auditoria Grupo 5 (2016). Análisis de las 5 fuerzas de Porter. Recuperado de:
<http://estrategiaslasalle.blogspot.com.co/2015/03/analisis-de-las-5-fuerzas-de-porter.html?cv=1>

entrada altas la desalientan. Por ejemplo, abrir un negocio de limpieza del hogar es simple, pero iniciar una empresa de fabricación es mucho más difícil. Es probable que la rivalidad de la industria sea mayor cuando varias empresas están compitiendo por los mismos clientes, y la rivalidad intensa hace bajar los precios y las ganancias².

3.2. Guía e iniciativa mundial aplicada para la construcción del código de conducta.

Manual para elaborar códigos de ética empresarial

CEAR (Consortio Ecuatoriano para la responsabilidad social)

El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social - CERES- es una organización privada sin fines de lucro, compuesta por empresas, fundaciones empresariales, ONG, universidades y entidades del sector público que buscan promover el concepto y las prácticas de Responsabilidad Social y están comprometidas en llevar su gestión a un nivel de superior desempeño. CERES busca involucrar, sensibilizar y apoyar a las empresas a dirigir sus negocios de manera socialmente responsable, para que ellas se transformen en movilizadoras de una sociedad más justa y sostenible. Por ello, CERES es la entidad nacional que gestiona conocimiento e investigación sobre la gestión de la Responsabilidad Social en el Ecuador³.

² La Voz de Houston (2018). *La importancia del diamante de porter y de las cinco fuerzas de Porter en los negocios*. Recuperado de: <https://pyme.lavoztx.com/la-importancia-del-diamante-de-porter-y-de-las-cinco-fuerzas-de-porter-en-los-negocios-6308.html?cv=1>

³ Gestratégica (2018). CERES. Recuperado de: https://www.gestrategica.org/templates/listado_recursos.php?id_rec=117&id_cl=8

3.3. Código de conducta Dismel Ltda.

Decisión de la alta dirección

Todo proceso que se desarrolle o se pretenda desarrollar debe tener el visto bueno de la alta dirección quien al final de cuentas es quien imparte la decisión final, es por ello que para diseñar el código de ética de Dismel Ltda., la alta dirección deberá informar a todas las áreas respectivas y especialmente a las áreas asignadas para su creación e implementación, las cuales tiene la misión de estructurar dicho código para su posterior promulgación a todos los miembros de la organización, dando a conocer los principios éticos bajo el cual está constituida la empresa.

A quien aplica

El código de conducta de Dismel Ltda. está dirigido a todos los trabajadores, de nuestra organización independientemente del cargo que ocupe, además de abarcar a proveedores, socios y accionistas, sin excepción alguna del contrato laboral al cual se encuentre ligado.

Conformación del equipo

El comité ético estará nombrado por la alta dirección, el cual será el encargado de conformar el equipo responsable de diseñar el código de ética, para el cual se tendrá en cuenta un socio de Dismel Ltda., un representante de los trabajadores, el representante de recurso humano y un sociólogo como asesor externo, los cuales serán los encargados de establecer los lineamientos fundamentales de conducta que se deben tener en nuestra organización.

Instancias de sensibilización y participación

Como metodología utilizada en la organización para sensibilizar a todo el personal sobre la importancia de la creación e implementación del código de conducta, se ha dispuesto capacitaciones en las cuales se espera obtener y brindar opiniones e información importante, que promuevan la participación de todos los miembros y en este sentido encontrar aspectos

significativos para su posterior consolidación en nuestro código.

Recopilación de insumos y redacción provisoria

Gracias a la metodología implementada en la fase anterior se logró extraer información importante para la redacción de nuestro código de conducta, la cual será complementada con la investigación de otras herramientas gerenciales y demás aportes procedentes de nuestro comité de ética.

Consultas multisectoriales

Finalmente, consolidada la información correspondiente al código de conducta, se realizó una reunión con los directivos de la empresa, así como también el comité de ética y todos los colaboradores de Dismel Ltda., para realizar las correcciones y su posterior aprobación.

Consulta a peritos

Ya diligenciado el borrador de nuestro código de conducta intervinieron los asesores legales de Dismel Ltda. y demás organizaciones concernientes al tema.

Valores

Los valores constituyen los pilares de una organización, adhiriendo al proceso productivo una serie de valores y principios éticos que representan el ser de la empresa, constituyendo a si un gran parte de la identidad de la misma y de esta forma se busca promover una excelente cultura empresarial y el éxito de los procesos.

Seguridad y salud en el trabajo

Dismel Ltda., proporcionará un ambiente laboral seguro, según lo establecido en la normatividad legal vigente concernientes a la seguridad y salud de todos los trabajadores, con la finalidad de garantizar al empleado el pleno desarrollo en sus actividades laborales.

Prácticas de una actividad responsables

Hace referencia a las políticas encaminadas a la actividad empresarial responsable, la manipulación y uso responsable de los productos, así como las quejas y reclamos.

Impacto Ambiental

Dismel Ltda., tiene entre sus prioridades el cuidado ambiental como una de sus funciones indispensables en el desarrollo de su actividad económica, para ello promueve el buen manejo de los residuos y de esta forma minimizar el impacto en la contaminación y de los cambios climáticos.

La empresa Dismel Ltda. Tiene el compromiso de poner a nuestros clientes en primer lugar, proporcionando un excelente servicio y una gran experiencia de atención, Esta es la razón de nuestra existencia.

Al centrarse en nuestros clientes y ser miembros responsables de nuestras comunidades, vamos a producir un sólido retorno para nuestros accionistas, para ofrecer un verdadero compromiso social. Como resultado, Dismel Ltda. Será reconocida como una gran empresa.

Ahora para mantener este compromiso, debemos que cumplir siempre nuestros valores fundamentales:

Integridad

La integridad hace parte de nuestros corazones. Somos honestos, éticos y poder tener esa confianza es lo que afianza nuestra relación con todos y cada uno de los clientes.

Responsabilidad

Siempre hay asumir la responsabilidad de nuestras acciones como personas, como miembros del equipo, y como empresa. Trabajar juntos, apoyarse mutuamente.

Respeto

Es fundamental respetar a todos en todos los niveles de nuestro negocio. Se defiende la diversidad, la individualidad y el escuchar con atención cuando otros hablan.

Excelencia en el Desempeño

Debemos tener siempre un nivel muy alto de rendimiento. Premiamos ideas innovadoras y el trabajo en equipo que se necesita para hacerlos realidad. Nunca dejamos de preguntarnos cómo podemos hacer que la experiencia del cliente sea mejor.

Compromiso con el cliente

Todas las actividades de Dismel Ltda., estarán orientadas a desplegar nuestra actitud de servicio para logar satisfacer las diferentes necesidades de cada uno de los clientes.

Innovación

En la empresa Dismel Ltda., la tecnología y el conocimiento serán utilizados para el desarrollo de procesos creativos e innovadores que satisfagan el gusto de nuestros consumidores y sus necesidades de presentación en los productos.

Cuidado ambiental

Garantizar el cuidado del medio ambiente, adecuando todos los procesos de producción donde haya lugar, para preservar el medio ambiente.

Honestidad

Todas las acciones desarrolladas en la empresa Dismel Ltda., estarán enmarcadas en la verdad guardando coherencia entre el pensamiento, el decir y el hacer de la empresa.

Sentido de Pertenencia

Desarrollando el trabajo en equipo se mantendrá el amor y la pasión por la empresa Dismel Ltda., dentro de la ejecución de cada tarea asignada.

Competitividad

Se tendrá un manejo adecuado de los recursos que permitan brindar productos oportunos y de calidad a los clientes.

Principios del código de ética

- ✓ Responsabilidad ambiental
- ✓ Cumplimiento de las leyes y relación con instituciones oficiales
- ✓ Mejora continua
- ✓ Acciones de apoyo a la comunidad
- ✓ Relación con los clientes y proveedores. Publicidad responsable
- ✓ Relaciones de poder y de respeto intralaboral
- ✓ Manejo de la Información y Confidencialidad
- ✓ Intereses de Dismel Ltda.
- ✓ Transparencia.
- ✓ Principio de responsabilidad ambiental.

Compromiso con el Medio Ambiente: Se está trabajando para mitigar el impacto ambiental por lo que existe un monitoreo y control de las emisiones que se generan durante el proceso productivo, así como el nivel de ruido, vibraciones. Control del uso del agua y la producción de desechos mediante un correcto manejo de los residuos se establecen los recursos para desarrollar los componentes de capacitación que permitan el cumplimiento de estándares ambientales de tipo nacional e internacional.

Compromiso con el personal: el personal que labora en Dismel Ltda., debe actuar en conformidad con las normas ambientales y velar por el cumplimiento de las mismas, para ello se

ha establecido un reporte permanente sobre cualquiera de nuestras actividades empresariales que puedan ser consideradas de carácter potencial. Es responsabilidad de gerentes y supervisores el establecimiento de responsabilidades concretas y la correcta utilización de los recursos disponibles.

Compromiso con la comunidad: Es compromiso de la empresa ofrecer productos que cumplan con los requerimientos ecológicos de los clientes. Se cuenta con medios de comunicación abiertos con todos los actores relacionados con la empresa para disponer de información pertinente en el tema de alcanzar el equilibrio ecológico necesario para el planeta. Las leyes ambientales fijadas en los planes y programas de la empresa son revisados y actualizados periódicamente. Se revisa el uso correcto de los recursos destinados para este componente de responsabilidad ambiental.

Principio de cumplimiento de leyes y relación con otras instituciones

- ✓ En Dismel Ltda., existe un respeto total por el cumplimiento de los acuerdos establecidos, así como el respeto por el derecho de la propiedad intelectual e industrial. Nuestros proveedores están sujetos al pago de impuestos y derechos necesario que demuestren la legalidad de los productos comercializados. El tipo de relación desarrollada con instituciones tanto privadas como públicas se hace dentro de prácticas éticas que salvaguarden a ambas partes.
- ✓ Dismel Ltda., adquirirá solo materias primas que cumplan con los estándares de calidad, con el fin de garantizar la excelencia de nuestros productos.
- ✓ La empresa mantiene en perfecto estado de funcionamiento todos los activos de la empresa por lo que se mantienen en su máxima capacidad productiva y se prolonga la vida útil de los mismos. Se tienen establecidos los planes de mantenimiento preventivo y

correctivo para cumplir con este propósito.

- ✓ Para nuestra organización se hace imperativo elegir proveedores cuyas prácticas empresariales cumplan con la ley y no pongan en peligro la salud ni la dignidad humana.
- ✓ Establecer relaciones con entidades gubernamentales de manera legal no concediendo, ni aceptando ningún tipo de sobornos.
- ✓ Solo se podrán realizar aportes a instituciones públicas según lo establecido en la legislación y por ningún motivo como contraprestación a favores, no se debe nunca aceptar u ofrecer sobornos.
- ✓ Acatamiento de la norma, Dismel Ltda., y todo el equipo que la conforma se encuentran regidos por la ley (No. 1816 del 19 de diciembre de 2016 “Por la cual se fija el régimen propio del monopolio rentístico de licores destilados, se modifica el impuesto al consumo de licores, vinos aperitivos y similares, y se dictan otras disposiciones”). Por ende, es tanto deber de la empresa como de sus empleados, velar por el cumplimiento y acatamiento de las normas por las cuales se rige nuestra actividad comercial y este nunca debe comprometerse, con el fin de mantener la transparencia y la buena imagen de la empresa.

Mejora continua

- ✓ En Dismel Ltda., es un pilar fundamental el compromiso de trabajar en equipo alcanzando resultados que benefician y logren mediante la utilización del concepto de reingeniería la excelencia de sus productos, por lo cual los empleados están obligados a generar espacios físicos y tecnológicos para consolidar ideas que busquen el beneficio de todos.
- ✓ Siempre se debe buscar fortalecer la formación profesional de todos los empleados, con

el fin de mejorar el desempeño de todos en la compañía, de esta forma se logra fortalecer la unidad empresarial. La educación siempre será la base para mejorar nuestro personal, por ello todo el personal cuenta y es libre de iniciar capacitaciones, curso o cualquiera sea el tipo de educación disponible con el ánimo de fortalecer su profesión, respetando los tiempos laborales y momentos críticos en los cuales sea necesario su presencia, sin que a ello no exima de generar certificación por parte de la empresa del por qué la ausencia a dicha capacitación.

- ✓ Los procesos y procedimientos internos deberán ser actualizados de acuerdo al entorno y las políticas que para el momento apliquen para la empresa Dismel Ltda.
- ✓ Todos en la empresa deben velar por que estas no vallan en deterioro del bienestar de las empleados, propietarios y clientes,
- ✓ Todos los empleados deben generar condiciones de excelencia en la operatividad de la empresa, asegurando que procesos sean claros y que conlleven a la calidad de la atención al cliente, la tecnología hará parte fundamental de todo proceso en la empresa Dismel Ltda.
- ✓ Siempre será necesario contar con el aval de todos los socios, junta directiva y la vos de un líder de los empleados, para la toma de decisiones propias de cambios en busca de la excelencia, sin que esto afecte la comunicación y las relaciones interpersonales entre todos los empleados y propietarios.

Principio de acciones de apoyo a la comunidad

- ✓ Uno de os objetivos de la empresa Dismel Ltda., es la búsqueda del bien común dentro del contexto social que está inserta, por lo que se planifican y ejecutan acciones dentro de proyectos que generen un impacto positivo hacia la comunidad los cuales buscan

mejorar su calidad de vida.

- ✓ La empresa deberá realizar su actividad económica no solo con el objetivo de crear riqueza, sino que se hace necesario generar beneficios en pro del desarrollo social sostenible y del medio ambiente.

Principio de relación con los clientes y proveedores, publicidad responsable

- ✓ La empresa Dismel Ltda., se encuentra preparada para afrontar los cambios del mercado por lo que periódicamente realiza investigaciones de mercado que le permitan conocer el gusto cambiante de sus clientes y consumidores, en qué nivel se encuentra la competencia y como debe ajustar su proceso de negociación.
- ✓ La publicidad que realiza la empresa nunca será engañosa y se ajustará a elementos publicitarios concretos y verídicos que no causen desmotivación y engallo en sus consumidores.

Principio de relaciones de poder y de respeto intralaboral

- ✓ En la empresa Dismel Ltda., primará el buen ambiente laboral que permite desarrollar un verdadero sentido de responsabilidad social. La empresa vela por el bienestar integral del trabajador y sus familias. Los trabajadores a su vez están integrados en todos los procesos de la empresa al establecer un excelente mecanismo comunicacional cimentado en el trabajo en equipo y el reconocimiento del esfuerzo y aporte de cada trabajador.
- ✓ Dismel Ltda., promueve el respeto por la dignidad humana, fomentando el respeto entre unos y otros tanto al interior como en el exterior de la empresa, así mismo destaca la importancia de una competencia justa y absteniéndose a realizar prácticas desleales con nuestros competidores.

Principio de manejo de información y confidencialidad

- ✓ La información en la empresa Dismel Ltda., será protegida de acuerdo al grado de divulgación o restricciones establecidas según el tipo de información. Dicha información no puede ser utilizada con carácter personal o para ser compartida con otras empresas
- ✓ Todo desarrollado generado por algún miembro de la organización pertenecerá a esta aun cuando la persona se retire de la misma.
- ✓ Con respecto a las alianzas comerciales establecidas con otras empresas se firmará un acuerdo de confidencialidad sobre los productos de ambas partes y de esta forma proteger la integridad de los productos.

Divulgación de información, Algunos por no decir todos los empleados de Dismel, tendrán acceso a información privilegiada y es su deber el no divulgar esta información con el fin de sacar provecho de esta, de lo contrario, dichas conductas pueden ser tipificadas en el delito denominado utilización indebida de información privilegiada, contenido en el artículo 258 del Código Penal Colombiano:

“ARTICULO 258. UTILIZACION INDEBIDA DE INFORMACION PRIVILEGIADA. El que, como empleado, asesor, directivo o miembro de una junta u órgano de administración de cualquier entidad privada, con el fin de obtener provecho para sí o para un tercero, haga uso indebido de información que haya conocido por razón o con ocasión de su cargo o función y que no sea objeto de conocimiento público, incurrirá en pena de prisión de uno a tres años y multa de cinco a cincuenta salarios mínimos legales mensuales vigentes" (Código Penal, ART 258).

Si se llegara a presentar un caso fortuito, Dismel Ltda., podrá realizar acciones civiles de responsabilidad civil extracontractual a efectos de lograr que se le resarcen los daños generados

por esta conducta mediante el reconocimiento de la indemnización plena y ordinaria de perjuicios debidamente acreditados.

Principio de los intereses de Dismel Ltda.

- ✓ Actuar en pro de los intereses de Dismel Ltda., el deber de los empleados es velar por los intereses de Dismel Ltda., teniendo en cuenta su cargo y orden jerárquico dentro de la compañía, dejando de un lado los intereses personales, con el fin de evitar conflictos de intereses que pongan en riesgo los intereses de la empresa, puesto que el deber del empleado dentro de su subordinación es velar en pro de los intereses de la empresa, de esta manera ambas partes saldrán beneficiadas con futuros contratos y de esta forma, Dismel Ltda. le reconocerá al empleado una bonificación por su desempeño. Llegado el caso en el que algún empleado se viera implicado en un conflicto entre los intereses de la empresa y sus intereses particulares, deberá informar a su superior inmediato, esto con el fin de delegar sus funciones a otro empleado.
- ✓ Incentivar los negocios de la empresa, Los empleados deberán incentivar los negocios de la empresa, es decir, en el caso de que el empleado pueda ver una oportunidad de negocio que pueda resultar productiva para la empresa, deberá informar a sus superiores y en el caso de que se llegue a cerrar un trato entre ambas partes, el empleado obtendrá su bonificación y/o comisión. No obstante, si el empleado desea esa oportunidad de negocio para su beneficio personal, inicialmente debe informar a sus superiores y la empresa decidirá si esa oportunidad es o no de su interés, en caso de que no sea de su interés, dará vía libre al empleado para que pueda tomar dicha oportunidad de negocio.

Principio de transparencia

- ✓ Transparencia en el proceso de contratación de personal, El proceso de contratación de

personal debe ser transparente y lo más adecuado a la norma, brindando oportunidades con equidad a todo el personal que desee trabajar con nosotros, no obstante, aquellos familiares directos de los ya empleados de Dismel Ltda., tendrán beneficios por hacer parte de la familia Dismel Ltda., pero en cuanto a la contratación de personal, tendrán las mismas opciones que los demás aspirantes a los diferentes cargos, esto con el fin de implementar una contratación justa, de igual forma todo esto aplicara para la remuneración del cargo, ascensos y traslados.

Glosario

Código de ética: Es un plan para desarrollar que contiene reglas, principios y valores que permiten orientar el actuar de todos los miembros de la organización. Consiste de un conjunto de pautas escritas y manifestadas claramente que los gerentes, empleados y agentes de una organización deben seguir. Un código de ética es una herramienta de referencia que proporciona orientación tanto a los empleados como a los gerentes sobre cómo implementar y practicar la ética empresarial en el lugar de trabajo. Debe incorporar tanto los estándares de negocios (tales como satisfacción del cliente, una alta calidad de productos, seguridad y derechos del empleado) como los valores (tales como mutua confianza, respeto y honestidad)⁴.

Empleado: Persona que desempeña un cargo o trabajo en Dismel Ltda. y que a cambio de ello recibe una remuneración⁵.

Proveedor: Tercero que suministra bienes o presta servicios a la compañía. Comprende

⁴ Trade (2018). Glosario. Recuperado de : https://www.trade.gov/goodgovernance/adobe/Bus_Ethics_sp/apendices/apendices_glosario.pdf

⁵ WordReference (2005). Empleado. Recuperado de: <http://www.wordreference.com/definicion/empleado>

también contratistas, consultores y asesores⁶.

Ética: Disciplina filosófica que trata sobre los valores a la conducta humana sobre lo correcto y lo no correcto de sus acciones.

Conflicto de intereses: Un conflicto de intereses ocurre cuando los intereses privados de un individuo que trabaja para una empresa interfieren o parecen interferir de alguna manera con los intereses de la empresa en su conjunto. Un conflicto surge cuando un empleado, oficial, o director de una empresa desempeña una acción que interferirá con la capacidad de ese individuo de desarrollar sus funciones oficiales⁷.

Grupos de interés o (Stakeholder): Personas, entes o grupos que de alguna manera se ven impactadas positiva o negativamente por la empresa⁸.

Información confidencial: Es toda aquella información correspondiente a la empresa Dismel Ltda. a la cual tengan acceso los miembros de la organización y que es de uso íntimo del ente.

Conducta: modalidad que tiene una persona para comportarse en diversos ámbitos de su vida. Esto quiere decir que el término puede emplearse como sinónimo de comportamiento, ya que se refiere a las acciones que desarrolla un sujeto frente a los estímulos que recibe y a los vínculos que establece con su entorno⁹.

Conductas empresariales responsable: Hace referencia a un entendimiento del argumento de la cultura organizativa y de las expectativas empresariales de Dismel Ltda.

Cultura Organizativa: Hace referencia a la historia y origen de Dismel Ltda., así como por

⁶ Cerveceria Nacional (2018). Carta del presidente a todos los proveedores. Recuperado de: http://www.cerveceria-nacional.com/site/assets/files/8840/politica_de_etica_para_proveedores_2.pdf

⁷ Trade (2018). Glosario. Recuperado de : https://www.trade.gov/goodgovernance/adobe/Bus_Ethics_sp/apendices/apendices_glosario.pdf

⁸ Guoteca (2011). ¿Qué son los stakeholders? Recuperado de: <https://www.guioteca.com/rse/que-son-los-stakeholders/>

⁹ Definición (2008). Conducta. Recuperado de: <https://definicion.de/conducta/>

los valores, las normas y actitudes de todos sus los miembros.

Políticas: Directrices que hacen parte de un marco normativo de Dismel Ltda., de manera que se garantice la coherencia entre las prácticas y sus propósitos¹⁰.

3.4. Recursos financieros y decisiones de inversión objeto del código de conducta.

Como se puede evidenciar en la Tabla 2, Se elabora un presupuesto con diferentes rubros, los cuales tienen diferentes montos y son indispensables para la elaboración e implementación del código de conducta en Dismel Ltda.

Tabla 2.

Recursos financieros

Actividad	Cantidad	Costo
Conformación de comité para diseño de código de ética	4 personas	4.000.000
Encuestas	30	30.000
Aprobación del código	4 personas	4.000.000
Lanzamiento y entrega del código	N/A	2.000.000
Video Beam	1	150.000
Capacitación	2 personas	2.000.000
Afiches	10	50.000
Sonido	1	250.000
Folletos con código impreso	200	600.000
Refrigerio	50	15.000
Total	-	\$13.095.000

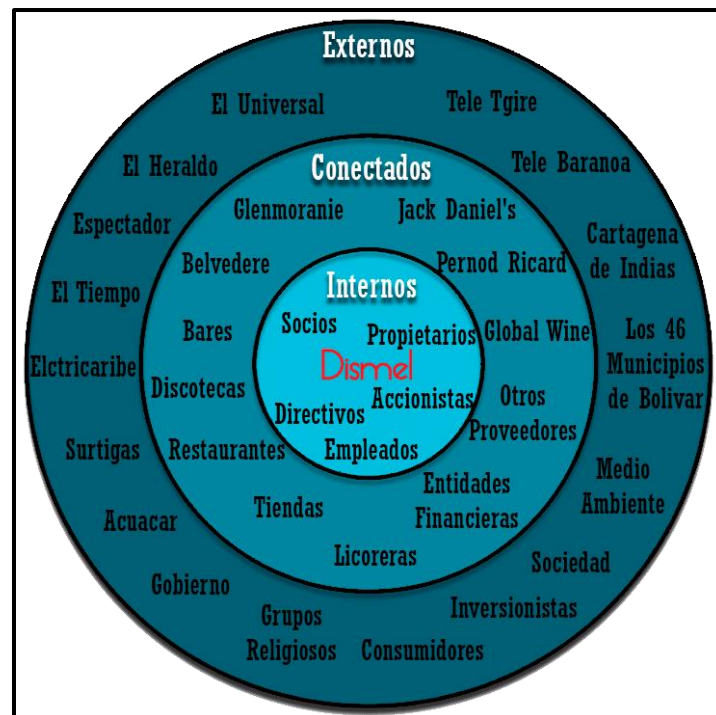
Fuente: Elaboración propia.

¹⁰ ELC (2018). Código de buen gobierno. Recuperado de : https://www.unglobalcompact.org/system/attachments/13345/original/2._CODIGO_DE_BUEN_GOBIERNO.pdf?1323693372

4.1. Descripción de los Stakeholders

En términos simples, los stakeholders pueden ser definidos como todos los actores sociales que, producto de las decisiones y objetivos de una empresa se pueden ver afectados, ya sea de forma positiva o negativa. Así, por ejemplo, los dueños de una compañía, sus trabajadores, la comunidad donde esta ópera y sus proveedores, entre otros forman parte de este grupo¹¹.

Gráfico 6: Mapa Genérico de Stakeholders Seleccionado



¹¹ SlideShare (2014). Stakeholder. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/DidierIsmaelSotomayor/stakeholders-32916870?cv=1>

En el mapa genérico de los Stakeholders de la Empresa Dismel Ltda., se distinguen tres niveles: un nivel interno, un nivel de conectados y un nivel de elementos externos. Los elementos internos hacen relación a los actores directamente involucrados con Dismel Ltda. como es el caso de accionistas, socios, directivos y empleados. En el nivel de conectados se ubican los actores que tienen una relación directa con la empresa de forma permanente o continua como los clientes, proveedores, empresas aliadas, entidades financieras y la comunidad que se encuentra dentro del área de acción de la empresa. Se ubican también en este nivel, los clientes potenciales directos como tiendas, licorerías, restaurantes, discotecas, bares, entre otros.

4.3. Matriz de relaciones (influencia vs. Impacto) entre Dismel Ltda. y los Stakeholders (actores) identificados.

Gráfico 7: Matriz de Relaciones

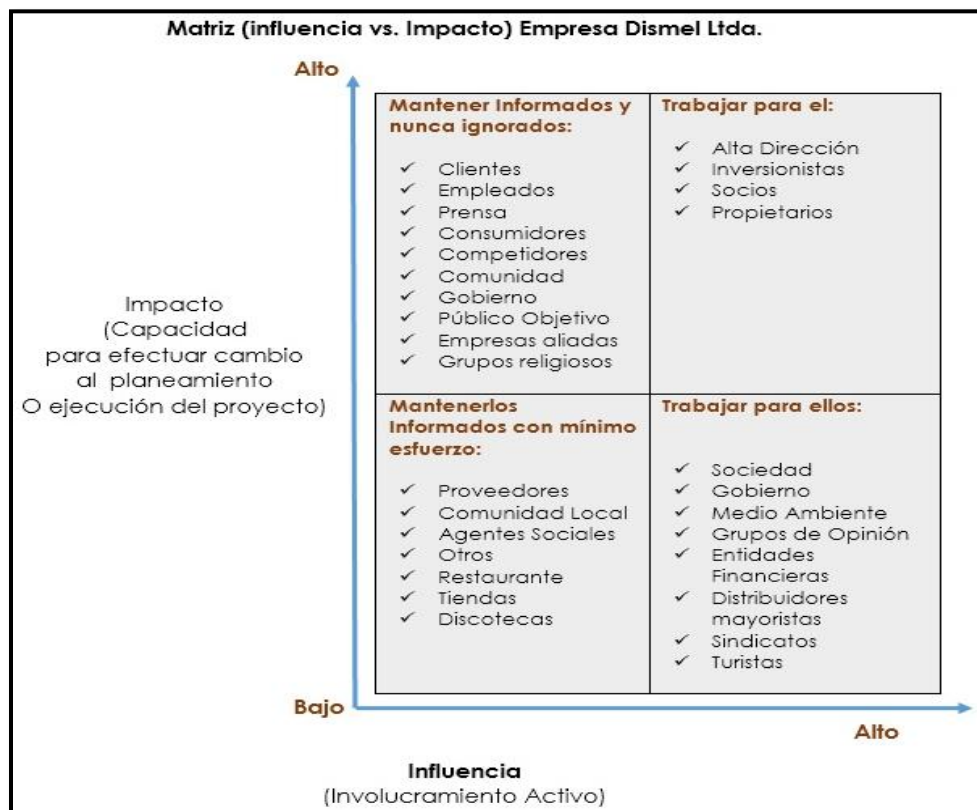


Fig. 2. Matriz de relaciones Dismel Ltda. **Fuente:** Elaboración propia.

Mediante la matriz de relaciones se agrupan todas las partes interesadas (Stakeholders identificados en el mapa genérico) donde la participación activa de estos determina su influencia en el proyecto, y de esta forma genera cambio en la planificación o ejecución del proyecto, esto al final es lo que determina el impacto generado por cada interesado.

De esta forma se logra entender que el mayor impacto es generado a través de la influencia de los Stakeholders externos y los que interconectan con los externos, de esta forma una acción en ejemplo de un ente gubernamental es posible que cambie muchos aspectos de proyectos en planificación.

5. Plan de responsabilidad social empresarial

5.1. Plan de responsabilidad social empresarial

Como se puede evidenciar en la Tabla 3, se plantea el plan de responsabilidad social empresarial que llevara a cabo Dismel Ltda., donde se segmenta en tres dimensiones, las cuales son: económica, social y ambiental, subsecuente a ello, encontraremos los stakeholders (interesados), quienes intervienen de alguna forma en los procesos de Dismel Ltda. y para ello se plantean diferentes objetivos para cada uno de ellos, con estrategias diferentes con el fin de dar cumplimiento al objetivo propuesto.

Tabla 3.

Plan de responsabilidad social empresarial empresa Dismel Ltda.

Plan de responsabilidad social empresarial empresa Dismel Ltda.							
Dimensión	Stakeholders	Objetivo	Estrategias	Plazo	Recursos (físicos, humanos, técnicos)	Indicador	Seguimiento
Económica	Accionistas e inversionistas	Aumentar de manera constante y eficiente, los títulos valores	Emitir a través de la página web, redes sociales y email Propaganda acerca de la venta de acciones y capitalización de empresa.	12 meses	Expertos en Proceso de Calidad y Sostenibilidad	Número de acciones vendida /Numero acciones Disponibles	Formatos de Venta de acciones y Valores.
		Mejorar los procesos de producción y perseverando la constante comunicación donde haya un beneficio mutuo	Capacitaciones y charlas a las diferentes dependencias y proveedores sobre el buen manejo de las relaciones justas.	12 meses	Sistema de medición de calidad de procesos y procedimientos, charlar de posicionamiento global como empresa.	Numero de procesos a implementar/ Numero de procesos ya existentes	Seguimiento Bimensual con el fin de analizar el impacto de los procesos y procedimiento s en mejora.

	Empleados	Minimizar los roces entre compañeros del departamento comercial a causa del cumplimiento de metas	Realizar acompañamiento personalizado a cada caso reportado y la implementación de un plan de seguimiento al departamento comercial.	De 6 meses a 8 meses	Recursos humanos, puesto que interviene directamente todo el personal que conforma la empresa	Número de nuevos productos que atiendan a las necesidades de los nuevos mercados / Número total de productos que ofrece la empresa.	El seguimiento se realiza mediante un informe estadístico (semanal y quincenal), cerrando con un informe final terminado el plazo.
		Promover condiciones laborales dignas para todos los empleados	Contratar de manera formal a todos empleados permitiendo incidir de manera positiva en la calidad de vida de los mismos y de esta manera lograr obtener mejor productividad.	12 meses	Contratos, Sala de capacitación expositores	Número de empleados/re ntabilidad.	Este seguimiento será mensual Anual y de manera personal en donde se evaluará el desempeño de los trabajadores.
	✓ Proveedores	Mejorar constantemente los términos de negociación con los proveedores, con el fin de obtener un beneficio mutuo	Capacitaciones y charlas a las diferentes dependencias y proveedores sobre el buen manejo de las relaciones justas. Sistema de medición de calidad de procesos y procedimientos, charlas de posicionamiento global como empresa.	6 meses	Recursos humanos, físicos y tecnológicos.	Numero de procesos a implementar/ Numero de procesos ya existentes	Seguimiento Bimensual con el fin de analizar el impacto de los procesos y procedimientos en mejora.

	Directivos	Segmentar el mercado, con el fin de incursionar en nuevos mercados que permitan generar utilidad a la empresa, destinando un 30% para incursionar en nuevos mercados.	Realizar un estudio de mercadeo en el que se analice el comportamiento de los clientes, para identificar sus necesidades y ajustar el mercado para suplir dichas necesidades.	De 6 meses a 12 meses	✓ Humano: Todo el personal del área de mercadeo y marketing de la empresa. ✓ Físicos: Material necesario para realizar los estudios de mercado.	Nuevos productos adaptados a nuevas necesidades / Número total de productos que ofrece la empresa.	Debido a que es un estudio de mercado, se le realizara seguimiento mediante informes estadísticos (mensual y trimestral), cerrando con un informe final terminado el plazo.
		Alcanzar un mejor posicionamiento en el mercado como empresa líder en la comercialización de licores y víveres	Optimizar nuestra publicidad mediante las diferentes redes sociales y sitios web, que permitan que nuevas personas conozcan nuestros productos y nuestros precios	6 meses	Computador Papel Internet	Aumento en las ventas, por el crecimiento en la cantidad de seguidores, por el fluido de actividad de las interacciones (me gusta, comentarios positivos).	El seguimiento será mensual, mediante la realización de encuestas, análisis de número de seguidores y número de visitas a nuestra página web

	Propietarios	Mantener al personal motivado en todos los aspectos que se puedan cubrir, para generar en ellos una mayor proactividad, haciendo más eficientes sus procesos.	Buscar mantener al personal motivado en todos los aspectos que se puedan cubrir, para generar en ellos una mayor proactividad, haciendo más eficientes sus procesos.	De 6 meses a 12 meses	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Físicos: Nueva tecnología para aumentar la productividad. ✓ Humana: Personal capacitado en las nuevas tecnologías adquiridas. 	Numero de tecnologías adquiridas/ Número total de tecnologías	Se realizará un seguimiento trimestral con el fin de analizar los resultados del aumento productivo y cerrando con un informe final terminado el plazo.
Social	La comunidad de Cartagena de Indias	Promover en la comunidad cartagenera el consumo responsable del alcohol y disminuir los accidentes de tránsito por culpa de conductores ebrios	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transmitir cuñas radiales sobre testimonios de conductores que han tenido accidentes de tránsito estando ebrios. ✓ Realizar campañas de concientización en estaciones de taxi, parqueaderos de motos y carros. 	De 6 meses a 12 meses	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Físicos: Material necesario para realizar las campañas de concientización. ✓ Humano: Personal encargado de realizar dichas campañas. 	Proyectos de RSC implementados / Número total de proyectos de la empresa.	Con el fin de que las cifras o datos sean más puntuales, se realizaran dos informes, uno en el primer semestre del año y otro finalizando.

		Establecer un vínculo fuerte con la comunidad para forjar una relación sana, donde lo primordial sea velar por la salud de la comunidad.	Generar Campañas en la comunidad de participación, mediante talleres.	De 4 meses a 8 meses	✓ Humano: Por que interviene todo el personal. ✓ Capacitaciones de Compromiso social.	Número de Personas participando activamente en la corresponsabilidad/Total de personas de la Comunidad Cercana a la empresa.	Se realizarán dos informes mensuales y trimestrales, con el fin de verificar la satisfacción laboral de los empleados.
	Empleados	Realizar un marketing interno dentro de la empresa, que nos permita conocer la situación actual de nuestros empleados, primordialmente en el 90% de trabajadores.	Se busca mantener al personal motivado en todos los aspectos que se puedan cubrir, para generar en ellos una mayor proactividad, haciendo más eficientes sus procesos.	De 2 meses a 6 meses	Humano: Por que interviene todo el personal.	Numero de factores analizados/ Numero de factores en el entorno	Se realizarán dos informes mensuales y trimestrales, con el fin de verificar la satisfacción laboral de los empleados.
		Realizar planes de integración, donde los empleados puedan sentirse parte integra de la empresa, y puedan ser tenidos en cuenta durante el proceso de toma de decisiones, haciéndoles sentir que su posición frente a las decisiones de la empresa, es válida y tenida en cuenta.	Generación alianzas con sus empleados y desarrollar planes de bienestar para el mejoramiento de las capacidades del trabajador orientadas a su relacionamiento para y dentro de su familia.	12 meses	Recurso Humano profesional que pueda asesorar a los empleados en las relaciones que se dan fuera de la empresa	Número de charlas impartidas / Número total de charlas proyectadas.	Informe mensual de charlas y procesos de acompañamiento realizados.

Ambiental	Secretaria de Salud y Medio Ambiente	Garantizar productos no nocivos para la salud y el medio ambiente	Realizar muestreo semanal de los productos adquiridos.	Bimensual	Técnico: Recolección de muestras y análisis de estas.	Numero de Muestras de producto a comprados/ Total de Productos Comprados	Se verifican los productos a comprar, comparando sus especificaciones con normas de calidad.
		Desarrollar Acciones de sensibilización a proveedores	charlas y capacitaciones sobre el verdadero impacto de productos que resultan nocivos para la salud y medio ambiente	Semestral	Humano: Expertos en temas de impacto ambientales	Numero de charlas expuestas/Total de charlas a Exponer	Se analiza el impacto de cada una de las charlas
	Sociedad Civil	Desarrollar Acciones de sensibilización a los consumidores sobre el impacto generado sobre el medio ambiente	Charlas y capacitaciones sobre el verdadero impacto de productos que resultan nocivos para la salud y medio ambiente	Mensual	Humano: Expertos en temas de impacto ambientales	Numero de charlas realizadas/Total de charlas programadas	Boletines informativos entregados y consultas realizadas sobre temas ambientales.

Fuente: Elaboración propia.

5.2. Plan de comunicaciones Dismel Ltda.

Una vez elaborado el plan de responsabilidad social empresarial, se procede a diseñar el plan de comunicaciones, así como se puede observar en la Tabla 4, donde se establece un tipo de frecuencia y un medio de transmisión por medio del cual Dismel Ltda. va a interactuar con cada uno de los stakeholder hacia los que fue dirigido el plan de R.S.E.

Tabla 4.
Plan de comunicaciones

Plan de comunicaciones			
Dimensión	Stakeholders	Frecuencia	Medio
Económica	Accionistas e inversionistas	Mensual, ya que es necesario Verificar el avance de la venta y capitalización de las acciones.	Internet, Radio, Redes Sociales, Televisión,
	Proveedores	En este caso la frecuencia de comunicación debe ser semanal, para verificar aspectos de interés que afecten las relaciones entre ambas partes.	Se realizará la difusión por medio de los diferentes periódicos, Redes Sociales, Radio, Televisión, Internet, así como reunión informativa con los interesados
	Empleados	La frecuencia será semanal y quincenal, con el fin de revisar y verificar los plazos acordes al seguimiento.	Por correo interno, se manejará toda la información relevante que le concierne a todo el personal de la empresa, puesto que es información reservada.
	Directivos	La frecuencia será mensual y trimestral, con el fin de revisar y verificar los plazos acordes al seguimiento.	Debido a que es un estudio de mercadeo, se optara por hacer una campaña vía redes sociales y programas radiales, con el fin de realizar estudios en ciertos lugares estratégicos de Cartagena, con el fin de realizar los estudios necesarios que nos

			permitan dar con los posibles clientes potenciales.
	Propietarios	En este caso la frecuencia de comunicación debe ser semanal, para verificar aspectos de interés que afecten al aumento productivo.	Se realizará la difusión por medio de los diferentes periódicos, (Heraldo, Universal, Espectador, etc.), y mediante una reunión en la que asista todo el personal de la empresa, manifestando los cambios que se van a realizar.
Social	La comunidad de Cartagena de Indias	La frecuencia en este caso será semanal y una especial mensual, con el fin de analizar el progreso y el impacto en la sociedad.	Se acudirá a los medios de comunicación masiva, mediante campañas por radio, televisión, redes sociales y vallas publicitarias, con lemas alusivos y videos de concientización
	Empleados	La frecuencia será quincenal y mensual, con el jefe de recursos humanos y de bienestar, con el fin de verificar el incremento en la satisfacción de los empleados.	Se realizará vía correo electrónico, socializando al personal los planes de bienestar y mejoramiento internamente en la empresa, con el fin de incrementar la satisfacción laboral.
Ambiental	Secretaria de Salud y Medio Ambiente	Semanal, Es necesario tener un control real y constante de los estándares de calidad y cumplimiento de los productos adquiridos	En persona, Email.
	Sociedad Civil	La frecuencia será Semanal. El impacto generado sobre el medio ambiente debe ser continuo.	Mediante informes de prensa y Radio

Fuente: Elaboración propia.

5.3. Modelo de informe de gestión.

Global Reporting Initiative (GRI)

Las organizaciones empresariales, la sociedad y demás entes que hacen parte del entorno necesitan de un mundo cada vez más sostenible y productivo. Lo cual implica que las empresas deben realizar sus operaciones con normas que se establecen gracias al documento *GRI*.

La guía muestra información con el fin que las organizaciones puedan tener un impacto positivo en el ambiente, la sociedad y la economía. La compilación de los datos de la empresa y su interpretación mediante *GRI4* encausan a las empresas en la toma de decisiones al visualizar los riesgos de forma clara e integral.

El GRI se estableció en 1997 en asociación con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). GRI ha desarrollado Pautas de Informes de Sustentabilidad que se esfuerzan por aumentar la transparencia y la rendición de cuentas del desempeño económico, ambiental y social, y proporciona a todas las empresas y organizaciones un marco integral de informes de sostenibilidad ampliamente utilizado en todo el mundo.

Desde el período del informe 2014, Total utilizó las pautas GRI G4 e informó de acuerdo con el nivel básico.

Conclusiones

El presente informe refleja el análisis estratégico de la compañía Dismel Ltda. la cual se visiona como empresa líder en el mercado en la distribución y comercialización de víveres y licores en el departamento de Bolívar, se identificaron problemas que influyen tanto directa como indirectamente para alcanzar los objetivos estratégicos como Crecimiento organizacional, Responsabilidad social, Innovación en el mercado, Estructura Organizacional, Motivar de personal entre otras.

De igual forma se puede concluir que Dismel Ltda., teniendo el código de conducta definido, tendrá un mayor compromiso por parte de sus trabajadores en todos los niveles, mejorando su competitividad y productividad, ahorrando costos y rotación de personal, puesto que las empresas que implementan los códigos de conducta, tienen un mayor reconocimiento y aceptación por parte de la comunidad, es decir, de su entorno tanto interno como externo y de esta forma logran una mayor fidelidad por parte de sus clientes.

Mediante la utilización del mapa genérico de los stakeholder, se representan los distintos grupos que participan en un servicio particular tanto directamente como indirectamente con la empresa que se está analizando, estos actores se pueden agrupar de acuerdo a sus intereses, lo que permite al proveedor de servicios desplegar sus recursos de manera más eficaz al responder a los problemas, luego entonces, mediante este esquema se puede visualizar quienes participan y en qué forma afectan e interactúan con las demás partes que componen el servicio.

Así mismo se logró desarrollar y concretar la creación del plan de responsabilidad social empresarial, así como también, el plan de comunicaciones que permite que la empresa Dismel Ltda. Cumpla con cada una de las normas y estrategias necesarias para su formación integral.

Referencias

- Alonso, V. (2006). Marketing social corporativo: una estrategia de desarrollo comercial en España. (pp. 11-38). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?docID=3199840&ppg=1>
- Arredondo, T., Villa, C. & De la Garza, G. (2014). Propuesta para el diseño de un código de ética empresarial basado en la ética kantiana. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n52/v30n52a02.pdf>
- Arroyo, R. (2012). Habilidades gerenciales desarrollo y destrezas, competencias y actitud, capítulo 2, 3 y 10. Editorial ECOE. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=10559782&ppg=11>
- Bautista, R. (2012). Incertidumbre y riesgos: en decisiones financieras, capítulo 8. Editorial ECOS Ediciones. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=9&docID=3208874&tm=1510659068078>
- Braidot, N. (2014). Neuromanagement: cómo utilizar a pleno el cerebro en la conducción exitosa de las organizaciones, capítulo 9. (pp.233-244). Editorial Ediciones Granica. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=3186030&tm=1510595750380>
- Braidot, N. (2014). *Neuromanagement: la revolución neurocientífica en las organizaciones, del management al neuromanagement*. (pp. 28-35, 431-473). Recuperado

de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=10&docID=3224821&tm=1510419158573>

Carballo, R. (2005). Innovación y gestión del conocimiento: modelo, metodología, sistemas y herramientas de innovación, capítulo 1. Ediciones Díaz de Santo. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4183836&tm=1510602265255>

Corredor, C. (2013). Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. ed.). (pp. 206-228). Ediciones ECOE. Universidad del Norte. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=3224895>

Cueto, C. & Cuesta, G. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 2. (pp. 33-38). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=1&docID=4870250&tm=1510367839242>

Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 1. (p. 13-17) Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>

Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 2. Recuperado de: <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>

Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 2. (pp.16-20). Recuperado de

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>

Cueto, C. & Cuesta, M. (2017). La administración pública de la responsabilidad social corporativa. Capítulo 2. (pp.16-20). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?ppg=16&docID=4870250&tm=1510368778885>

Dávila, L. (2017). OVI – Código de Conducta. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/14162>

Dirección de Asuntos Económicos Multilaterales de DIRECON. Instrumentos de Responsabilidad Social (Santiago de Chile, 2013). Recuperado de <https://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2013/09/Instrumentos-de-Responsabilidad-Social-Empresarial-DIRECON.pdf>

Dirección de Asuntos Económicos Multilaterales de DIRECON. *Instrumentos de Responsabilidad Social* (Santiago de Chile, 2013). Recuperado de <https://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2013/09/Instrumentos-de-Responsabilidad-Social-Empresarial-DIRECON.pdf>

Fernández, R. (2010). Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial. [N.p.]: ECU. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=804983&lang=es&site=eds-live>

Garzón-Ruiz, W., Acevedo-Guerrero, J. & Zárate-Rueda, R. (2014). Estatus jurídico de la responsabilidad social empresarial (RSE) en Colombia. *Díkaion*, 22(2). Recuperado de <http://dikaion.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/view/3258/3490>

- Gutiérrez, E. (2010). Competencias gerenciales, habilidades conocimiento aptitudes, capítulo 2, 4, 6 y 7. Editorial ECOE. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=10467058&ppg=9>
- Ibarra, A. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. Revista de Derecho, (41), (pp. 51-82). Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-86972014000100003&lng=en&tlng=es.
- Jarrín, G. (2015). Habilidades gerenciales la gran industria de Quito, capítulo 2. Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=11379275&ppg=5>
- Lombana, J, G. S & otros. Negocios internacionales: fundamentos y estrategias (2a. edición). (pp.206-228). Ediciones ECOE. Universidad del Norte. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=3224895>
- Malfitano, C. Arteaga, R. & Romano, S. (2007). *Neuromarketing: celebrando negocios y servicios*, capítulo 9. (pp. 244-245). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/reader.action?docID=3186030&ppg=1>
- Narrillos, R. (2013). Economía social: valoración y medición de la inversión social: método SROI. Madrid: Ecobook. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=858381&lang=es&site=eds-live>

Núñez, G. ONU, CEPAL. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. (2004).

La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. (pp. 19-21).

Recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/5779-la-responsabilidad-social-corporativa-un-marco-desarrollo-sostenible>

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2014). Introducción a la Responsabilidad

Social Corporativa. Pág. 17-23, 30-31. Recuperado de http://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf

Palacios, F., García, D. & Espasandín, F. (2014). Manual práctico de responsabilidad social

corporativa: gestión diagnóstico e impacto en la empresa. (pp. 11-28). Madrid, ES:

Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. Recuperado de

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2460/lib/unadsp/detail.action?docID=4909723>

Prieto, J. (2012). Gestión estratégica organizacional (4a. Edición). [N.p.]: Ecoe ediciones.

Recuperado de

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=547340&lang=es&site=eds-live>

Triana, K. (2017). OVI - Porter's Five forces. [Archivo de video]. Recuperado de

<http://hdl.handle.net/10596/12882>

Vélez, M. (2011). Un recorrido hacia la responsabilidad social corporativa. (Spanish). Revista

Ciencias Estratégicas, 19(25), 55. Recuperado de

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2051/login.aspx?direct=true&db=edb&AN=64443920&lang=es&site=eds-live>

Anexo “A”

Enlace del video subido a YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=U9pOZM31F9M&feature=youtu.be>